

Proyecto / Trisanrio

19 de Mayo de 2009



Presentación Fase 1 – Auditoría y Análisis

Proyecto de Inversión y Desarrollo sostenible de la región que contempla Triganá, San Francisco y Rio ciego, partiendo del turismo como elemento de promoción y comercialización del destino Final.



Desarrollo – Evolución - Transformación

Contenidos de la presentación

1. Objetivos del proyecto
2. Contexto macroeconómico general y tendencias de mercado
3. Auditoria Visual – TRISANRIO
4. Auditoria Visual - Competencia
5. Entrevistas - Perspectivas Internas y Externas
6. Hacia la Estrategia

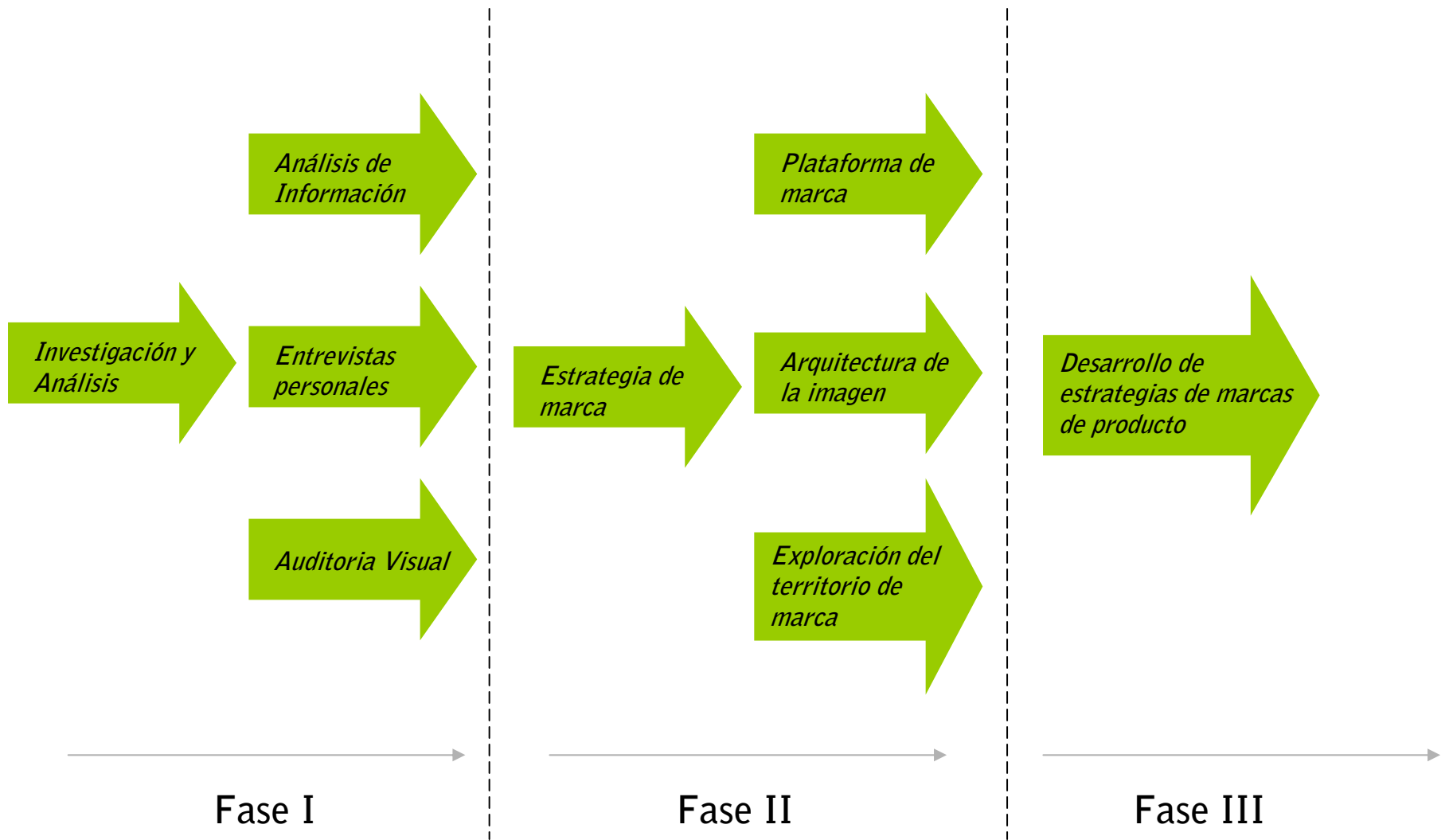
Objetivos y Proceso

1

Objetivo

El objetivo del proyecto es contestar a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo este lugar los visitantes? Cuáles son las fortalezas y debilidades?
- ¿Cómo se puede diferenciar el proyecto y productos frente al mercado?
- ¿Cuál debe ser la esencia y estrategia de marca y posicionamiento?
- ¿Cuáles son las herramientas para comunicarse con los clientes en el mercado?
- ¿Cuál debe ser la estrategia de arquitectura del proyecto en imagen y productos?



Contexto macroeconómico general y tendencias de mercado

2

Contexto macroeconómico general y tendencias de mercado

Economía general

Es posible que el interés por viajar sean tan antiguo como el hombre.

La necesidad de conseguir alimentos, bienes y conocimiento, probablemente ha motivado al ser humano para viajar, colonizar y habitar todo el planeta.

En la actualidad el interés o demanda turística tiene origen en la necesidad de ocupar el tiempo de ocio en los servicios que oferta el sector: playas, hoteles, camping, monumentos, eventos festivos, ciudades de vacaciones, restaurantes, etc.

La actividad turística se ha manifestado también en otras épocas históricas, aunque con menor participación económica.

El conocimiento de lugares “vírgenes”, el origen de un nuevo tipo de turista, mas conciente, mas informado que busca una experiencia completa que lo relacione con el destino escogido abre las puertas a un mercado mas especializado.

El turismo igualmente esta vinculado no solo con la recreación, las actividades deportivas, de origen cultural, y educativas abren las puertas a los visitantes.

Contexto macroeconómico general y tendencias de mercado

Economía regional

Según el *BID*, los ingresos provenientes del turismo internacional son una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina, y representa un porcentaje importante del PIB y de las exportaciones de bienes y servicios, así como una importante fuente de empleo, donde destaca la República Dominicana.

Según evaluación realizada por el el Foro Económico Mundial (FEM) varios de los países de América Latina todavía presentan deficiencias en las áreas de infraestructura y el marco jurídico, pero son muy competitivas en los aspectos relativos a recursos culturales y naturales, factores por los que resulta atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo de los países de la región.

Contexto macroeconómico general y tendencias de mercado

Desarrollo unipersonal de las regiones

En los lugares menos desarrollados, que se encuentran relativamente alejados o privados de ciertos recursos ligados a la capacitación, educación, inversión privada y pública, las personas buscan de manera individual afrontar la situación económica adoptando determinadas tácticas buscando un desarrollo económico y personal.

- Búsqueda de experiencia ligada a sus conocimientos o actitudes naturales para lograr un fortalecimiento de manera empírica adquiriendo mayor destreza y reconocimiento.
- Desarrollo de proyectos a mediano y corto plazo,
- inversiones pequeñas que genera un aumento de la demanda, mejor prestación de los servicios o mejoramiento de los productos.
- La creación de asociaciones se convierte en un factor de doble riesgo, siendo una tendencia, el emprendimiento de manera individual o con la sociedad conyugal. Lo que limita la interacción y enriquecimiento de la cadena de valor.

Contexto macroeconómico general y tendencias de mercado

Tendencias industria

Regreso a lo básico – conexión con los consumidores

Los consumidores quieren conexiones con productos que les permitan vivir un estilo de vida más en línea con la naturaleza y por esto su creciente amor por lo orgánico y producido localmente.

Tienen la percepción que productos locales y/o orgánicos son más saludables, tienen mejor sabor y contribuyen a proteger el medio ambiente. Se trata de la necesidad de los consumidores de ponerle una cara o un lugar al producto - la necesidad básica humana de hacer conexiones.

Como reflejo del cambio en estilos de vida de los consumidores, es clara su tendencia a gravitar hacia empresas y marcas que son reales, que tienen una historia que contar, y que tienen una cara.

La responsabilidad social es otro tema muy importante. Asocian responsabilidad social con: orgánico, producción local, salarios justos y empaques. Por tanto, el objetivo es el de recordarles a los consumidores que detrás de toda decisión de negocios existe una persona.

“Implicaciones de branding: Debemos empezar a contarles a los consumidores quiénes somos y dejar de escondernos detrás de nuestros productos. Ellos quieren saber cuál es la historia detrás de lo que consumen – buscan una conexión.”

"Look for the opportunity to reinvent yourself, to make the everyday exotic." - Bryan Silbermann

Contexto macroeconómico general y tendencias de mercado

Tendencias de consumo

Enfoque especializado: Permite desarrollo de productos enfocados en las necesidades de los consumidores llegando al punto de entenderlo en sus necesidades e incluso estilos de vida. Estos productos son bien apreciados, se adaptan a las necesidades actuales y pueden desarrollarse sin un gran despliegue económico.

El lujo se replantea: Lo que es considerado lujoso toma otra connotación, ya no es lo mas costoso, llamativo, grande, el lujo empieza a dirigirse hacia otros aspectos, deja de ser una simple ostención de riquezas, para dirigirse a conceptos mas amplios, como el tiempo, el compartir con la familia, el ser ecológico, ahora el lujo está más relacionado con la escasez, con el deseo de destacar siendo únicos. el lujo es lo que no se tiene, lo que es difícil de conseguir, si algo es demasiado conocido, demasiado abundante o demasiado accesible, su fin estará cerca.

para las empresas que demuestren a los consumidores que ellas se hacen cargo; ofrecer respeto y relevancia; escuchar en tiempo real las necesidades y deseos del consumidor; ayudarle a ahorrar y a ser ecológico... son aspectos que el consumidor tendrá en cuenta, además, es un gran momento para innovar: la escasez de recursos hace que sea necesario recurrir a la imaginación. Por último, hay que estar preparado a un descenso consciente en el consumo, pues los consumidores se cuestionarán hasta qué punto un bien material caro y exclusivo les ayuda a ser felices. Si satisface estos deseos y necesidades, la empresa puede esperar el éxito garantizado

Contexto macroeconómico general y tendencias de mercado

Tendencias de mercado

Orgánico vs. Sostenible

Aunque hoy hay muy poco branding de productos sostenibles en el mercado, especialmente comparado a alimentos orgánicos, existe una creciente preocupación de los consumidores sobre lo que la agroindustria e incluso el estado como empresa, están haciendo en relación al medio ambiente y al calentamiento global – asuntos que continuarán ganando importancia en el corto plazo.

El concepto de productos sostenibles es amplio con componentes como la fuerza laboral, comunidad y prácticas agrícolas de bajo impacto ambiental. Las acciones sostenibles que se tomen deben contribuir a la viabilidad económica de largo plazo del negocio al tiempo que buscan el menor impacto ambiental posible. Por tanto, productores con prácticas sostenibles tienen herramientas más viables que los productores orgánicos .

- La búsqueda de políticas de desarrollo sostenible deben ser las bases del proyecto, es una de las garantías para que el lugar, los productos, los servicios, el desarrollo de infraestructura se conviertan en un valor agregado para la presentación del producto final.

Resumen

- El LUJO estará marcado por lo escaso, por valores diferentes que darán inicio a una nueva tendencia de consumo, a buscar el bienestar, productos mas naturales, energéticos, saludables, igualmente el status estará marcado por la individualidad, por la búsqueda de valores diferentes mas allá de la ostentación de riquezas
- La evolución del estilo de vida de los consumidores hacia uno con creciente conciencia social y ambiental genera una necesidad por conectar con marcas, empresas y productos “reales” – más tangibles, con una cara y una historia que contar.
- Las tendencias de mercado apuntan a que la producción orgánica y la producción sostenible son los caminos que deben considerarse seriamente para poder sobrevivir y prosperar, tanto por el hecho de convertirse en una nuevo patrón que marca el consumo, así como para proteger la riqueza que existe con miras a convertirla en el objeto de mercado – lujo – consumo – protección.

Auditoria visual- estructural / Trisanrio

3

Sectores y elementos auditados

Sectores auditados:

- Río ciego
- San Francisco
- Triganá

TRISANRIO

Agrupación por tipo de producto:

- Alimentos
- Cultura
- Prestación de Servicios
- Construcción

- Confecciones (artesanías)
- Salud
- Educación

Elementos Analizados:

- Desarrollo ambiental
- Señalización
- Comunicaciones disponibles

- Arquitectura / Infraestructura
- Relaciones comerciales
- Desarrollo cultural

Auditoria estructural - RIOCIEG0

Alimentos

MARITZA (donde los valencia):

Panadería y arepas por encargo y para las tiendas en el sector de San Francisco.

HERNANDO PENAGOS (Villa Claret) Camino Titumate, Ganadería y queso.

RAMÓN JARAMILLO (Las Alicia) Ganadería y agricultura pancoger

TOMAS CHIQUILLO (yendo para villa Claret) ganadería y agricultura pancoger y ocasionalmente para comercializar.

ELKIN VALENCIA (El gringo) ganadería y agricultura pancoger, queso, pescador, ocasionalmente se vende res para sacrificar y comercializar.

DORA: Empanadas en época de turismo.

VINARTE: Producción, procesamiento y comercialización de productos agropecuarios, vinos, vinagres, encurtidos, mermeladas, agricultura de pancoger y para comercializar.



Maritza

- Infraestructura limitada
- Producción y comercialización limitada
- No existe una reinversión

- Visión de emprendimiento
- Lo principal es contribuir con el desarrollo de la región / por un comercio justo.
- el desarrollo de los productos parte de la contribución común y el aprovechamiento de los recursos.



Vinarte

Cultura (historia – sociedad)

Familia Rutie: Esta familia tiene alta participación socio cultural, como posibles integradores, gestores y promotores hacia el interior del lugar y con fuerte influencia en otros sectores.

Familia Reyes: En esta familia se conjuga la historia de esta comunidad, como unos de los primeros habitantes y sobretodo por la conformación multiétnica de sus núcleos familiares, son un aspecto importante para la construcción de la identidad.

Aldea del Arte: Perteneciente a Martín Jaramillo, con una fuerte herencia y una relación muy cercana con la región, es un factor potencial e indispensable para convertir este lugar en el centro cultural de Rio Ciego, o casa de la Cultura.

Vinarte (Programa herederos): Gracias a su cercana relación con la sociedad de reservas, esta persona, su trabajo y sus colaboradores, cumplen una función determinante en la educación y en la sensibilización de nuevas generaciones con respecto al entorno natural y su desarrollo.

Bosque El Domo: Mediante su estilo de vida y el trabajo con tecnologías apropiadas se convierten en un punto de partida para la generación de las políticas de desarrollo sostenible, y la sensibilización con el medio y el desarrollo.



- Pluralidad étnica, que se observa en las diferentes practicas que tienen lugar en este sector
- La integración de la comunidad está ligada a la tolerancia, al igual que la confrontación de las diferencias para su entendimiento
- El desarrollo de esta, se da única y exclusivamente por intervención de los habitantes, *el estado está desvinculado.*

Prestación de Servicios (Alojamiento)

- ALDEA DEL ARTE DOBAIBÉ: (cabaña, camping) y Alimentación
- MARINA: Cabaña , Camping, Alimentación.
- CALICHE: Alojamiento.
- NIRVANA: Alojamiento casa, lugar de funcionamiento de Vinarte.
- LOS JUANES: Alojamiento (cabaña, camping) – Pequeña tienda de dulces.
- HACIA LA POSA DE LOS REYES: Alimentación por encargo / Los valencia /Los Reyes
- ARMANDO Y DORA: Alojamiento y alimentación
- DOMO: Alojamiento por pasantía de estudio
- PATIO BONITO: Doña Luz y Don José tienen alojamiento en cabañas y camping y servicio de alimentación.
- DENISE (la negra, donde vive memo) alojamiento.



-Las infraestructuras presentan limitaciones de calidad en cuanto a la implementación de practicas ambientales sostenibles, agua, basuras, entre otros.

-Los materiales e intervenciones en las estructuras interactúan de manera consistente y sencilla con el medio natural.

- Las ganancias obtenidas por la prestación de los servicios no son reinvertidas para su optimización y mejoramiento.

-Las cabañas privadas son subutilizadas y se convierten en un desgaste para su propietario, pero al mismo tiempo una fuente de trabajo para los habitantes encargados.



Prestación de Servicios (Transporte)

- Los Reyes: Terrestre – arriería
- ALDEA DEL ARTE DOBAIBÉ: Marítimo
- NIRVANA: Marítimo
- Patio Bonito: Marítimo

Prestación de Servicios (Tecnología)

Bosque el Domo: Internet / Tecnologías apropiadas.

Dora y Armando: Scanner, Fotocopias, Impresora, Telefonía



-El servicio de transporte se presta de manera unipersonal, por el propietario del recurso, de manera limitada y ligado directamente a la cantidad y pago, ya sea por pasajeros o carga,
-no hay un flujo constante

-El domo posee buenos recursos para el tratamiento de los desechos y practicas adecuadas con el ambiente pero su capacidad de alojamiento es limitada, igualmente la infraestructura para la prestación de los servicios tecnológicos en los dos lugares que poseen los recursos es muy limitada por la disposición discontinua de energía eléctrica.



Construcción

Edilberto Valencia: Mano de obra y herramienta

Rodrigo (El Domo): Electricidad, Instalación

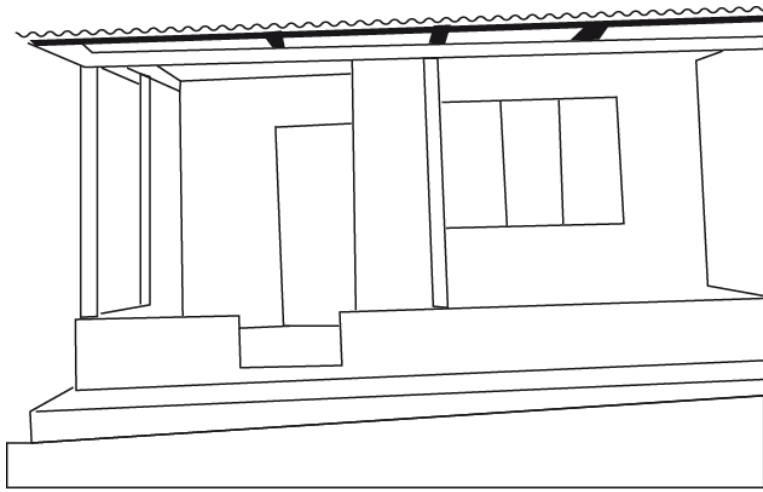
Armando: Mano de obra y herramienta / Carpintería y Ebanistería

Adonis Berrio: Mano de Obra (barrio rural río ciego)

Los Reyes: Orlando – cortador, acerrador/ Jairo arriero, transporte.

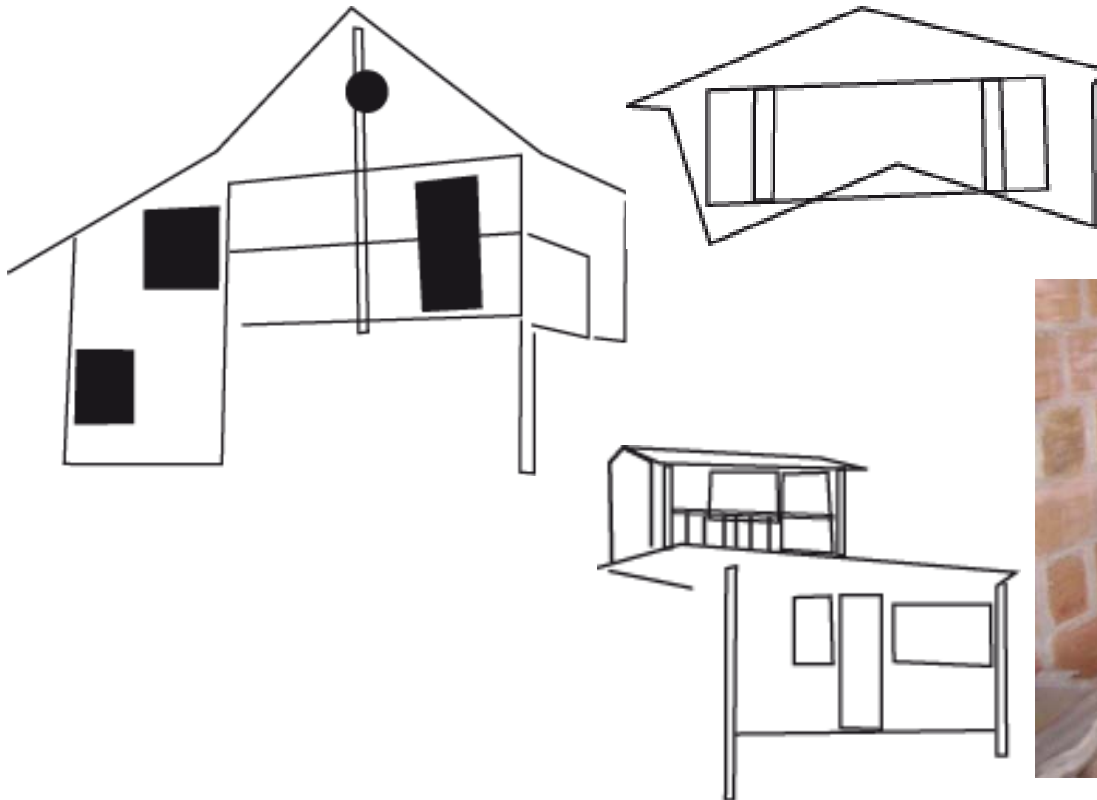
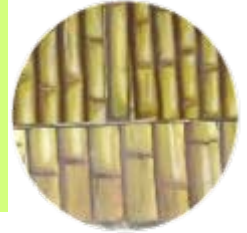
MANO DE OBRA: Nei, Wilfrido, Adonis, Micol y Willinton, Dago, Guillermo Arredondo

NO HAY UN LUGAR DE SUMINISTROS ESPECIALIZADOS,
FERRETERÍA, lo básico se consigue donde Jairo Vélez, Don Gabriel, Donde Nuria, lala, que son los lugares que se encargan de los víveres y suministros.



- Estructuras básicas, económicas con materiales comunes de la región (madera y palma) y aquellas con materiales de ambientes urbanos tratan de ser intervenidos de manera creativa con diferentes técnicas con el fin de integrarse con el contexto natural.

Pintura simulación bambú sobre cemento





- Solo una de las construcciones de este sector, es creada de manera amigable con el entorno, utilizando recursos e implementando practicas sostenibles.

-se ve un aumento en el empleo de materiales propios de la ciudad en las nuevas construcciones.

-Las estructuras y construcciones financiadas por empresas privadas despliegan grandes recursos,

- Generan un impacto ambiental negativo alto.

-El empleo de mano de obra se hace de manera informal y sin prestar las garantías necesarias, teniendo en cuenta que los recursos son destinados pero no se invierten adecuadamente.

- Utilizan practicas y recursos propios del sector urbano, trasgrediendo el contexto.





- La construcción y mantenimiento de los caminos es una labor de los habitantes del sector, que con pocos o nulos recursos intervienen de manera empírica los recorridos, que varían y se afectan según el cambio de clima, convirtiéndose en un constante riesgo para las personas que circulan por estos.



La implementación de nuevas infraestructuras como la electrificación del sector, se han hecho de manera invasiva teniendo en cuenta los recursos que se deben proteger, y la tecnología que se debería aplicar para fomentar el desarrollo sostenible, e impulsar la riqueza natural del lugar.

Confección (Artesanías).

DOMO: Mano de obra, herramientas e infraestructura para la venta que es en su propia casa, manufacturas, ilustración, pinturas, artesanías.

LA FAMILIA DE RUTI, NEI: (Artesanos) en temporada trabajan mucho la pintura con jagua, fuera de temporada, agricultura pancoger.

SILVIA: Artesanías.



La venta de artesanías solo es posible o de resultados notables en temporada de turismo, se hacen de manera informal o por encargo y su venta es igualmente unipersonal.

Salud – No existe punto oficial o reconocido de salud, todo se trata con plantas o medicina natural y por conocimientos compartidos.

Educación – No hay establecimiento educativo, La casa principal de los Reyes funciona como hogar infantil y comedor apoyado por el programa del estado, comedores infantiles-FAMILIAS EN ACCIÓN.

Resumen auditoría estructural Río Ciego

Resumen

Puntos en común y oportunidades

Desarrollo básico

- La comunidad muestra un “crecimiento” pequeño reflejado en su interacción comercial, el desarrollo común en cuanto a vivienda e infraestructura.
- Las actividades y toma de decisiones se hacen por consenso colectivo llegando a menos de 11 personas.
- La inversión, en cualquiera de sus aspectos es primaria y proviene de los habitantes que han intervenido el lugar, la mas “significativa” en los últimos días a sido la electrificación y la antena de Comcel; teniendo en cuenta el impacto son intervenciones que de seguir desarrollándose se deben intervenir y transformar.

Oportunidad de sembrar

- Al no haber un “desarrollo” adelantado se abre la posibilidad del inicio; de plantar la semilla contando con los habitantes mas adelantados en cultura y educación , para hacer de estos los puntos clave con miras a la estrategia.

Resumen

Oportunidades a considerar

Alimentos: aplicación e inversión en infraestructura sostenible, así como capacitación y sensibilización para practicas por un comercio justo, según las necesidades y finalidad del proyecto.

Cultura: Creación y fomento de la casa de la cultura partiendo de la historia y el desarrollo multiétnico para su implementación y evolución.

Alojamiento: Intervención en infraestructura y sensibilización de propietarios con miras al desarrollo sostenible y la proyección de sus proyectos.

Transporte: Ubicar y congregar de manera eficiente los prestadores de este servicio para comprender sus perspectivas y plantear practicas constantes, aplicaciones sostenibles y un comercio justo.

Tecnología: Inversión y desarrollo del centro de tecnologías aplicadas siendo este un lugar de educación para la prestación de los servicios.

Construcción: Inversión y capacitación en prácticas y materiales sostenibles, políticas de sostenibilidad para el desarrollo de cualquier construcción.

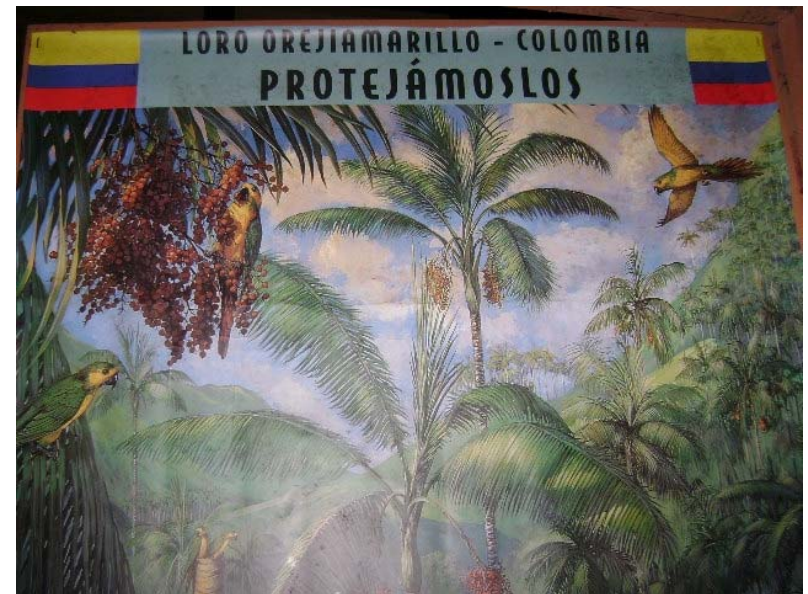
Confecciones: Inversión en formación para la reutilización de materiales como materia prima para el desarrollo de nuevos objetos / implementación y comercialización al interior del proyecto.

Salud: Centro de investigación de practicas naturales saludables y sostenibles.

Educación: La educación estará ligada al entrenamiento, la capacitación y la sensibilización que se de en cada campo.

Auditoría visual Río Ciego

Auditoria visual (publicaciones, aplicaciones e intervenciones gráficas)



Las publicaciones externas de origen comunicativo natural e informativo, influncian y sensibilizan de manera consistente el aspecto visual y comunicativo de los habitantes, estas publicaciones en el sector, se encuentran solamente en los lugares habitados o intervenidos por personas "cultas" pertenecientes a organizaciones o con influencia socio – cultural externa, los sustratos que utilizan por lo general son duraderos y resistentes al desgaste, a los climas y al uso.



La señalización mas consistente proviene de las aplicaciones creadas por las personas que tienen publicaciones externas, que igualmente de manera empírica, desarrollan de manera eficiente y con alto valor e impacto comunicativo las aplicaciones para sus productos y establecimientos utilizando sustratos naturales, estructuras con materiales reutilizados y la implementación de técnicas manuales, que dan resultados óptimos en cuanto a funcionalidad, sostenibilidad, comunicación y vinculación con el contexto.



De una manera mas informal y siendo esta una constante, se observa la intervención gráfica ligada a conocimientos básicos y la necesidad inmediata de comunicar con sustratos reutilizados, técnicas comunes y básicas, estructuras igualmente recicladas, que en ocasiones funcionan muy bien y se integran con el contexto y en otras se vuelven invasivas y poco eficiente en cuanto a su comunicación, funcionalidad, resistencia al clima y al desgaste.

Resumen auditoría visual

Río Ciego

Resumen

Puntos claves de la auditoría visual

Desarrollo instintivo

- Existe una intención importante en la generación de una identidad que unifique los productos y servicios del sector.

La influencia marcada por la corriente artística de un personaje representativo - Martín Jaramillo, ha generado una identidad espontánea asociada igualmente a las técnicas manuales, a los sustratos naturales y reutilizados, así como ilustraciones de naturaleza y tipografías caligráficas que dan una pauta para definir como se debe influenciar y enriquecer esta identidad.

Oportunidad de confluencia

- Hay un reconocimiento por asociación a una identidad, lo que facilita el trabajo y el enriquecimiento partiendo de lo iniciado, desarrollando así un lenguaje conjunto que sea reconocido y propio para todos y al mismo tiempo funcional y comunicativo para el desarrollo del producto final.

Resumen

Oportunidades a considerar

Posicionamiento — Buscar un tema cercano al sector y a la comunidad que lo identifique y que sea relevante al mercado, del que se pueda apropiar y sea difícil de copiar

Público objetivo — este sector debe dirigirse al público investigador, gestor de ideas, iniciador, emprendedor.

Color — Adoptar una paleta de colores unificada para los diferentes niveles y medios de comunicación

Imágenes — Asegurar un uso consistente del estilo de fotografía e ilustración en las aplicaciones y comunicaciones.

Tipografía — Establecer parámetros de uso de tipografía y crear un tono de voz más consistente y en línea con la estrategia

Sistema Visual — Crear un parecer y percepción fascinante y coherente para todas las comunicaciones.

Entrevistas – Perspectivas internas y externas

5

Punto de vista interno

Entrevistas - Personajes representativos y habitantes clave

Personas entrevistadas

Personajes representativos:

- Fanny Reyes
- Rutie
- Humberto Franco
- Martín Jaramillo
- Julio Restrepo
- Rodrigo - domo

Habitantes clave:

- Simón
- Silvia
- Marina
- Maritza
- Eliana y Daniel (Los Juanes)
- Dora y Armando

Entrevistas – Temas evaluados

El contexto:

- Orígenes, contexto y percepciones

Sectores y Negocio:

- El negocio y su posible evolución
- La competencia
- Retos y oportunidades percibidas
- Relación del lugar con las audiencias

Resumen:

- Atributos clave extraídos de las entrevistas

Aprendizaje de las entrevistas internas

Percepciones de Río Ciego como sector

Un lugar prospero y tranquilo

Tanto los habitantes que llevan muchos años en este lugar que tienen descendencia de varias generaciones, así como los habitantes recientes que hace pocos años iniciaron su proyecto de vida y se han sostenido lo consideran un lugar hermoso, con gran potencial, muy tranquilo y con unos habitantes amables .

“hace muchos años vinimos a vivir a estas montañas al comienzo no había nadie, poco a poco han aumentado las personas y las construcciones”

“Yo conocí este lugar en un paseo, terminé mi trabajo en un banco de Medellín y con la liquidación compre la tierra y empecé a construir la casa”

“He trabajado y habitado varios lugares en la zona y considero este uno de los lugares con mejor ubicación y condiciones para prosperar, al mismo tiempo la calidad de personas que encuentra uno acá es muy especial, son particulares, enriquecen el lugar y dan muchas ganas de emprender”

“ Este lugar le llama la atención a muchas personas, cuando lo conocen quieren quedarse, comprar su tierra, les parece lo mejor “

Percepciones de Río Ciego como sector

Admiración general por sus recursos naturales y humanos

La mayoría de los habitantes de este sector lo consideran un lugar privilegiado, tanto por su ubicación geográfica, considerando que tiene una buena y amplia bahía, de arena suave y mar limpio, posee un río que desemboca en el mar y surte de agua los caseríos aledaños así como su riqueza en fauna, flora, igualmente sus habitantes son personas tranquilas, amables y trabajadoras.

“ A este lugar han venido personas muy trabajadoras y emprendedoras, que tienen sus oficios y que con sus conocimientos ya sean por estudios en la ciudad o por conocimiento empírico buscan mejorar la calidad de vida de la comunidad y al mismo tiempo proteger el lugar para que no se deteriore, en su mayoría son personas concientes amantes de la naturaleza, que desean protegerla y que ven este lugar como un proyecto de vida”

“ Igualmente este lugar es muy teso, porque aunque muchas personas llegan con ganas de quedarse muchas veces la naturaleza los saca, se enferman o no son capaces de prosperar, por eso es que las personas que llevan tiempo acá tienen su particularidad”

Percepciones de Río Ciego como sector

Sin embargo, la falta de liderazgo y continuidad no permite una constancia en los proyectos

Las personas que lideran la comunidad consideran que hay una falta de concientización y de compromiso, abogando también la individualidad en sus procesos, el concepto de comunidad queda disperso y no se logra una confluencia consistente para adelantar desarrollos importantes de ideas y proyectos.

“ Siempre somos los mismos que nos reunimos para mejorar un camino, o por ejemplo para construir el kiosco donde se reúne la junta, para esa obra, nos donaron la palma y los estacones, el cemento lo pusimos nosotros al igual que la mano de obra”

“ Aunque hacemos asambleas para comunicar y tomar decisiones importantes, parecemos jugando, cada uno termina haciendo lo que mas le conviene y lo que genera eso son mas conflictos, pues se gasta energía convocando y concluyendo para después pasar por encima de las decisiones, al final mejor no se hace nada y que cada uno haga lo que quiera”.

Percepciones de Río Ciego como sector

Pero a su vez, el interés por el desarrollo a nivel individual parece contribuir con el desarrollo común

Las personas emprendedoras que se han enfocado en el desarrollo de sus proyectos de manera individual y empírica enfocando sus energías y conocimiento en su desarrollo personal, antes que pensar en el común, de manera espontánea activan la economía del sector, teniendo en cuenta que la mentalidad de estos emprendedores se basa en buenas practicas comerciales y desarrollo sostenible de sus productos.

“ Mi interés es aprovechar los recursos que tengo, mis recursos, el tiempo y el conocimiento que he adquirido, para hacer mis productos, a medida que lo hago, la participación de las personas con mano de obra, cultivos, venta y comercialización se activa, y lo ideal es que se fortalezca en esta zona”

“ Cual comunidad, que viva el individualismo, abajo el comunismo, acá solo somos un montón de individuales arrejuntados”

Percepciones de Río Ciego como sector

Le falta una gestión de operación balanceada y una buena administración

Se percibe este sector con un fuerte déficit administrativo y de gestión.

Esto se debe a que todas las decisiones acerca de estos temas son tomadas por la comunidad de manera empírica basados en modelos de funcionamiento social que se aplican en Antioquia sin tener mayor fortalecimiento por entes sociales o administrativos capacitados lo que dificulta el aprovechamiento de estos recursos.

“Hemos tenido que tomar acciones radicales dirigidas hacia la administración regional ya que prácticamente carecemos de capacitación o apoyo para realizar muchas de las funciones que incluso nos exigen”

“Por otra parte llegan intervenciones externas, como lo de familias guardabosques, o los grupos paramilitares que nos generan otras preocupaciones donde no tenemos herramientas para responder ante estas situaciones”

Percepciones de Río Ciego como sector

En general a Río Ciego se le percibe internamente como un lugar hermoso con un gran potencial con mucho que ofrecer pero con mucho por que trabajar

Los habitantes del lugar se sienten orgullosos de habitar este sector, trabajan para mejorar la calidad de los caminos y las relaciones con sus vecinos y cohabitantes

“Entre los que llevamos más tiempo en Río Ciego existe un cariño enorme por este sector que debemos rescatar.”

“Río ciego es sinónimo de superación, emprendimiento, conocimiento

“hemos logrado cositas que igual debemos seguir trabajando y en la medida de lo posible lograr fortalecer lo que tenemos”

Percepciones de Río Ciego como sector

Adicionalmente, es motivo de orgullo la dinámica tranquila y de conocimiento que se cultiva en este lugar, mientras que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida para sus habitantes.

La labor de los habitantes de este sector no pasa desapercibida al interior de la región y además es causa de orgullo.

“El impacto de las actividades adelantadas por los componentes habitantes de este sector es reconocida”

“A pesar de la situación, Río ciego y sus componentes hace más por la gente en materia de cultura y conocimiento que otros lugares de la región”.

“ Las personas que inician sus proyectos lo hacen con miras a fortalecer el lugar a impulsarlo y a mejorar la calidad de vida tanto propia como de los habitantes cercanos cosa que no se observa en otros lugares”.

Percepciones de Río Ciego como producto turístico

Es el paraíso

La mayoría de los habitantes de este sector lo consideran un lugar privilegiado, tanto por su ubicación geográfica, considerando que tiene una buena y amplia bahía, de arena suave y mar limpio, posee un río que desemboca en el mar y surte de agua los caseríos aledaños así como su riqueza en fauna, flora, igualmente sus habitantes son personas tranquilas, amables y trabajadoras.

“Yo puedo confiarles, testimoniarles, dar fe y comprobarles de que este sitio es la mejor esquina de América, es el edén, es el paraíso, es la naturaleza”

“Es el lugar donde nacen los mejores pensamientos, las mejores ideas, es el paraíso”

“He trabajado y habitado varios lugares en la zona y considero este uno de los lugares con mejor ubicación y condiciones para prosperar, al mismo tiempo la calidad de personas que encuentra uno acá es muy especial, son particulares, enriquecen el lugar y dan muchas ganas de emprender”

“ Este lugar le llama la atención a muchas personas, cuando lo conocen quieren quedarse, comprar su tierra, les parece lo mejor “

Percepciones de Río Ciego como producto turístico

Admiración general por particularidades naturales

Existe una evidente admiración por aspectos específicos de la riqueza natural, consideran que estos atractivos son fundamentales para impulsar el conocimiento y aprovechamiento de este sector, son los mas mencionados y proyectados hacia los visitantes

“ Ha estos lugares no venía nadie hace 4 años, una habitante de San Francisco trajo a sus familiares a estas posas y les empezaron a dar el nombre de posa de los Reyes por ser nuestro apellido, la caminata es muy exigente, pero disfrutan mucho de las cascadas y del río”

“ Ir a ver los árboles gigantes es uno de los mejores espectáculos, son increíbles, 7 personas con los brazos abiertos no alcanzan a abarcarlo”

“ Por las tardes y las noches se escuchan los aulladores, es muy vacano escuchar esos sonidos, y por las caminatas largas puede uno verlos fácilmente”

“El río todavía lo disfrutamos mucho, sobretodo cuando esta corriendo, es en parte navegable”

“ Usted en este lugar encuentra muchas frutas, es una bendición, la cantidad de mangos aguacates, guamas, guayabas, de todo, es el paraíso”

Percepciones de Río Ciego como producto turístico

Sin embargo estos recursos se consideran limitados y se ven amenazados por los nuevos habitantes y los terratenientes.

Algunas personas consideran que con el conocimiento del lugar y la llegada de nuevos habitantes y comerciantes estos recursos han empezado a mostrar un deterioro muy significativo, igualmente las personas que conocen el lugar y compran tierra, empiezan a afectar notoriamente la sostenibilidad del ecosistema y la perpetuidad de estos maravillosos atractivos.

“ Claro cuando llegan a este lugar les parece lo mejor, vienen y compran una hectárea de tierra, y así empieza la sectorización desorganizada, como una colcha de retazos ”

“ Se quieren quedar porque creen que pueden vivir de las frutas y escuchan a los monos y les parece maravilloso, pero cuando se va el agua, por días y hay que ir a coger del río ahí si ya no les parece tan bonito ”

“ lo de la sobreexplotación de los recursos ya es cuento viejo, pero es increíble ver que de un día para otro pelan una montaña completa ”

“ acá vino un químico de Medellín y empezó a llevarse todo el Noni, la cuestión es que al parecer le dio una enfermedad a los árboles o algo así y ya cada vez hay menos ”

Percepciones de Río Ciego

Hace falta una gestión y operación balanceada tanto de las temporadas turísticas como del movimiento económico general

Se percibe como un sector muy potencial, pero que debido a la carencia de una gestión efectiva ligada a la capacitación, distribución y aprovechamiento conciente, no se logra ningún resultado contundente que mejore la calidad de vida y prestación de los servicios.

“ Pues supuestamente nosotros solamente hospedamos, pero igual, si nos dicen que nos pagan por cocinar Eliana se pone en esas y yo les hago los recorridos, en la temporada pasada hice todas esas caminatas como 4 veces y terminé mamado, fuera de eso como eran amigos pues uno parrandea parejo con ellos, y al final se termina uno gastando la plata, y súper cansado, cuando se van siente uno no solo un descanso si no también un vacío”

“ Acá la mayoría somos campesinos y supuestamente las capacitaciones para la prestación de esos servicios deben darse por parte del estado, una vez vinieron y nos dieron unas clases de cocina y nunca mas”

“La cuestión acá es que todas las frutas se pierden porque para sacar cualquier cosa de acá hay que pagar un montón de fletes y en el lugar no se aprovechan”

Percepciones de Río Ciego como producto turístico

Pero a su vez ven el turismo y sus temporadas, como el mas constante y mejor generador de ingresos

Para la mayoría de los habitantes comunes los ingresos que genera el turismo, son la manera de asegurar su permanencia en este lugar, teniendo el tiempo fuera de temporada como tiempo muerto, donde no sucede nada.

“ Acá nos preparamos para recibir a los visitantes aprovechando que empiezan a llegar organizamos y limpiamos la posa, y compramos algunos víveres y mekato”

“ Esto acá es todo muy tranquilo siempre, mejor dicho no suceden muchas cosas, no hay mucho movimiento, una semana antes de las temporadas surtimos la tienda y limpiamos la casa tratamos de hacer de todo lo que podamos para poder quedar con alguna platica”

“ Yo normalmente hago la producción 2 días a la semana, en temporada la hago todos los días”

“ Cuando no hay turismo, todo el mundo se va para Medellín, o para donde vive su familia lo que deja aún mas muerto este lugar”

“ Si uno no tiene algún ingreso de afuera se hace muy difícil poder quedarse acá”

Percepciones de Río Ciego como producto turístico

Internamente Río ciego se asocia con Inicio, Conocimiento y Cultura, Aprovechamiento,

Nuevo Comienzo

“Yo conocí este lugar en un paseo, terminé mi trabajo en un banco de Medellín y con la liquidación compre la tierra y empecé a construir la casa”

Conocimiento y cultura

Personas que tienen sus oficios y que con sus conocimientos ya sean por estudios en la ciudad o por conocimiento empírico buscan mejorar la calidad de vida de la comunidad y al mismo tiempo proteger el lugar para que no se deteriore, en su mayoría son personas concientes amantes de la naturaleza, que desean protegerla y que ven este lugar como un proyecto de vida”

, es la estructura mediante la que realizan la propagación las [plantas](#) que por ello se llaman [espermatófitas](#) (plantas con semilla). La semilla se produce por la maduración de un [óvulo](#) de una [gimnosperma](#) o de una [angiosperma](#). Una semilla contiene un [embrión](#) del que puede desarrollarse una nueva planta bajo condiciones apropiadas. Pero también contiene una fuente de alimento almacenado y está envuelto en una *cubierta protectora*.

Semilla

"Forma parte del fruto que da origen a una nueva planta"

El fruto de la unión de culturas que durante años se ha generado en esta región, el conjunto igual de estados por los que han atravesando sus habitantes será el punto de partida para un NUEVO COMIEZO una nueva Planta.

"Es la estructura mediante la que realizan la propagación las plantas"

Con la definición de una estructura concreta se propagará partiendo de este punto (semilla) un nuevo concepto de producto "turístico"